

## DAFTAR PUSTAKA

### Penulisan Skripsi / Jurnal

- Anggara Lugina dan Elvira Azis. 2015. “*Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Brand Awareness Konsumen Roti Gempol*”, E-Jurnal e-Proceeding of Management Universitas Telkom. Vol.2 No.3, diakses 06 April 2017 (<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/104047/pengaruh-electronic-word-of-mouth-terhadap-brand-awareness-konsumen-roti-gempol.html> )
- Sya’ban, Ali. 2005. “ *Teknik Analisis Data Penelitian Aplikasi Program SPSS dan Teknik Menghitungnya*”, Disampaikan Pada Pelatihan Metode Penelitian Hari Selasa, 13 Desember 2005, di Laboratorium Komputer Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka (UHAMKA), diakses 14 April 2017 (<https://stiead.ac.id/44/diktat-analisis-data.html>)
- Bella Tania Bangun dan Marheni Eka Saputri. 2016. “*Pengaruh Advertising Terhadap Pembentukan Brand Awareness Pada Zalora Indonesia*”, E-Jurnal Universitas Telkom, diakses 06 April 2017, (<https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/116400/pengaruh-advertising-terhadap-brand-awareness-pada-zalora-indonesia.html>)
- Dwi K.S, Ratna. 2012. “ *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada CV. Mega Jaya Mebel Semarang*”. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Forddhanto Bimantoro dan F. Anita Herawati. 2011. “*Pengaruh Frekuensi Melihat Iklan Floating terhadap Tingkat Kesadaran Merek*”, Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Atmajaya. Vol. 8 No. 2, diakses 29 April 2017 (<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=130685&val=5410> )
- Hendarwati, Atik. 2015. “*Analisis Pengaruh Dimensi Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Sajian Kuliner Lapak Angkringan (Studi pada Konsumen Penikmat Sajian Kuliner Lapak Angkringan di Wilayah Mangkubumi Yogyakarta)*”. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bisnis dan Perbankan (STIEBBANK).
- Irwan Ridwansyah, S.E.2002, “*Pengaruh Iklan Terhadap Brand Awareness A Mild Studi Kasus Mahasiswa FE-Utama Angkatan 2001*”, Jurnal Akuntansi dan Manajemen Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Widyatama Vol. 3 No.4, Hal 48-50, diakses 06 April 2017,

(<http://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/3147/Bab%202.pdf?sequence=7> )

Mohammad Pambudi Ary Wicaksono & Ni Ketut Saminari. 2016, "Pengaruh Iklan dan Word Of Mouth Terhadap Brand Awareness Traveloka", E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana Vol. 5 No. 8. Hal 5101-5103, diakses 17 April 2017 (<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=458523&val=989&title=PENGARUH%20IKLAN%20DAN%20WORD%20OF%20MOUTH%20TERHADAP%20BRAND%20AWARENESS%20TRAVELOKA>)

Purwaningsih, Aditya. 2009. " Pengukuran Kesadaran Merek ( Brand Awareness ) pada SIMCARD GSM Pascabayar Matrix, Studi Kasus Mahasiswa Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta". Surakarta : Universitas Sebelas Maret

Rahmi, Fauziah. 2016. "Pengaruh Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Bimbingan Belajar Nurul Fikhri Jl. Iskandar Muda No. 57". Medan: Universitas Sumatera Utara.

## Buku

Durianto, Darmadi. 2003. *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Duriato, Darmadi dkk. 2004. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Kuncoro, Mudrajad. 2011. *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, Edisi ke 4. Yogyakarta : UPP-STIM YKPN.

\_\_\_\_\_. 2013. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Edisi ke 4. Jakarta : Penerbit Erlangga.

Mamang Sangadji, Etta dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta : C.V ANDI OFFSET.

Philip Kotler dan Kevin L. Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke 12, Jilid 2. Jakarta : Indeks.

~~2009. Manajemen Pemasaran~~, Edisi ke 13, Jilid 2. Jakarta : Penerbit Erlangga.

Supardi. 2005. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta : UII Press.

Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Sunyanto, Danang. 2007. *Analisis Regresi dan Korelasi Bivariat Ringkasan dan Kasus*. Yogyakarta : Amara Books.

Schifman, L. dan Kanuk, L.L. 2008. *Perilaku Konsumen*, Edisi ke 7. Jakarta: Indeks.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Sekolah Vokasi Departemen Ekonomika Dan Bisnis. 2015. *Modul Praktikum Statistika 1 Dengan Aplikasi Software SPSS 17*. Yogyakarta : Universitas Gadjah Mada

#### Website

[www.aice.co.id](http://www.aice.co.id) diakses 22 Maret 2017 pukul 20:17 WIB

<http://www.aiceicecream.com/2016/12/aice-ice-cream-produk-es-krim-terbaik.html> diakses 22 Maret 2017 pukul 23:30 WIB

<http://industri.bisnis.com/read/20161116/257/603246/setahun-orang-indonesia-cuma-konsumsi-2-batang-es-krim> diakses 30 Maret 2017 pukul 18:22 WIB

<http://swa.co.id/swa/trends/marketing/rahasia-42-tahun-campina-melelehkan-kebekuan-pasar-es-krim> diakses 20 April 2017 pukul 20:30 WIB

[https://id.wikipedia.org/wiki/Es\\_krim](https://id.wikipedia.org/wiki/Es_krim) diakses 20 April 2017 pukul 21:00 WIB

<http://marketeers.com/lezatnya-potensi-pasar-es-krim-indonesia> diakses 20 April 2017 pukul 21:45 WIB

<http://www.euromonitor.com/ice-cream-and-frozen-desserts-in-indonesia/report> diakses 22 April 2017 pukul 22:00 WIB

<http://surabaya.tribunnews.com/2017/02/22/campina-targetkan-penjualan-es-krim-tumbuh-10-persen-tahun-ini> diakses 22 April 2017 pukul 22:55 WIB

<http://pensa-sb.info/wp-content/uploads/2010/10/ANALISIS-DATA-DALAM-STATISTIK.pdf> diakses 30 April 2017 pukul 11:50 WIB